

## Rahasia Dagang (HaKI) dalam Etika Bisnis Syari'ah

Septiana Na'afi

### Abstrak

Etika bisnis syari'ah membingkai unsur material-kuantitatif dan imaterial-kualitatif menjadi satu kesatuan dalam kegiatan usaha. Rahasia dagang yang dimiliki suatu perusahaan merupakan aset penting. Pelanggaran rahasia dagang dapat dilakukan oleh orang dalam (organ perusahaan) atau oleh perusahaan kompetitor. Pelanggaran rahasia dagang tentu tidak diperkenankan dalam perspektif etika bisnis syari'ah. Kertas kerja ini akan menyoroti secara lebih jauh aspek pelanggaran rahasia dagang dalam perspektif etika bisnis syari'ah. Menggunakan metode kualitatif dan bersifat deskriptif analitis. Pekerjaan yang dilakukan oleh seluruh organ perusahaan dalam perspektif etika bisnis syari'ah memiliki keterkaitan langsung dengan unsur ketauhidan dan wajib mengamalkan unsur kejujuran, sikap amanah serta tidak khianat. Pelanggaran rahasia dagang yang dilakukan oleh perusahaan kompetitor menunjukkan keterlanggaran lima aksioma dalam ilmu ekonomi Islam dan pelaksanaan Islamic Corporate Governance.

Kata Kunci: *Rahasia Dagang, Etika Bisnis Syari'ah, Organ Perusahaan, Perusahaan Kompetitor*

### A. Pendahuluan

Rahasia dagang merupakan bidang yang relatif baru dalam ruang lingkup Hak kekayaan intelektual (HKI)<sup>96</sup>. Kemunculan Undang-undang Nomor 30 Tahun 2000 Tentang Rahasia Dagang (UURD) ditujukan untuk mengakomodir kepentingan para pengusaha atau inventor yang ingin tetap menjaga kerahasiaan

---

<sup>96</sup> Berdasarkan Keputusan menteri Hukum dan Perundang-undangan RI No, M.03.PR.07. tahun 2000 dan persetujuan Menteri Negara Pendayagunaan Aparatur Negara dalam surat nomor 24/M/PAN/1/2000 istilah "Hak Kekayaan Intelektual" (tanpa "atas"), telah resmi dipakai. "hak Kekayaan Intelektual disingkat "HKI",

formula, metode, atau invensinya. Berbeda dengan perlindungan hukum hak paten yang harus membuka rahasia invensinya ketika pendaftaran paten dilakukan dan mendapat perlindungan selama dua puluh tahun. Perusahaan minuman bersoda *Coca Cola*, perusahaan makanan cepat saji KFC, dan *Microsoft Window* merupakan contoh perusahaan yang kini memanfaatkan perlindungan hukum rahasia dagang untuk tetap menjaga kerahasiaan formula dan metode pembuatannya.

Rahasia dagang adalah informasi yang tidak diketahui oleh umum di bidang teknologi dan atau bisnis, mempunyai nilai ekonomis karena berguna dalam kegiatan usaha dan dijaga kerahasiaanya oleh pemilik rahasia dagang.<sup>97</sup> Rahasia dagang ditujukan sebagai upaya yang diharapkan mampu secara efektif untuk melindungi kerahasiaan rumus, pola-pola, kompilasi, program, metode, teknik, atau proses yang dapat menghasilkan nilai ekonomis, termasuk didalamnya daftar konsumen, informasi keuangan, resep makanan minuman, teknik pemasaran dan informasi peting lainnya. Rahasia dagang memiliki nilai ekonomi yang dapat menghasilkan keuntungan oleh karena itu rahasia dagang mendapat perlindungan hukum. Rahasia dagang perusahaan kompetitor yang didapat dengan cara yang tidak patut digunakan untuk menguntungkan perusahaanya sendiri yang berakibat kerugian pada perusahaan pemilik hak rahasia dagang atau bahkan dapat mengakibatkan kematian perusahaan.

---

<sup>97</sup> Pasal 1 angka 1 Undang-undang Nomor 30 tahun 2000 tentang Rahasia Dagang.

Pelanggaran rahasia dagang terjadi apabila seseorang dengan sengaja mengungkapkan rahasia dagang, kesepakatan, atau mengingkari kewajiban tertulis dan tidak tertulis untuk menjaga rahasia dagang yang bersangkutan.<sup>98</sup> Seseorang dianggap melanggar rahasia dagang pihak lain apabila rahasia tersebut diperoleh dengan cara melanggar undang-undang.<sup>99</sup> Sebelum lahirnya UURD seseorang yang membocorkan rahasia dagang diatur dalam Kitab Undang-undang Hukum Pidana dan Kitab Undang-undang Hukum Perdata. Ancaman hukum pidana dapat dilihat dalam Kitab Undang-undang Hukum Pidana yaitu barang siapa dengan sengaja memberitahukan hal yang khusus tentang suatu perusahaan dagang, kerajinan atau pertanian, dimana ia bekerja atau dahulu bekerja yang harus dirahasiakannya, diancam dengan pidana penjara.<sup>100</sup> Secara perdata dapat dituntut dengan perbuatan melawan hukum yang mengakibatkan kerugian bagi pihak lain.<sup>101</sup>

Rahasia dagang yang mendapat perlindungan hukum adalah informasi di bidang teknologi atau bisnis yang dijaga kerahasiannya, bersifat rahasia, atau tidak diketahui oleh umum.<sup>102</sup>

---

<sup>98</sup> Pasal 13 Undang-undang Nomor 30 tahun 2000 tentang Rahasia Dagang

<sup>99</sup> Pasal 15 Undang-undang Nomor 30 tahun 2000 tentang Rahasia Dagang

<sup>100</sup> Pasal 232 Kitab Undang-undang Hukum Pidana

<sup>101</sup> Pasal 1365 Kitab Undang-undang Hukum Perdata

<sup>102</sup> Kriteria utama bahwa informasi yang dimiliki perusahaan atau pengusaha termasuk kedalam rahasia dagang adalah sebagai berikut, (a) informasi itu mempunyai nilai ekonomis (*economic value*), artinya menghasilkan keuntungan ekonomi bagi perusahaan yang menggunakannya. (b) informasi tersebut memiliki nilai rahasia (*secret value*) artinya ide baru yang belum diketahui oleh pihak lain, bernilai strategis dalam menghadapi pesaing, dan prospek usaha

Peran pemilik rahasia dagang dalam memproteksi rahasianya merupakan faktor yang penting agar rahasianya tidak dapat dibocorkan.<sup>103</sup> Rahasia dagang yang dimiliki tersebut merupakan bentuk aset pelaku bisnis sehingga produknya dapat tetap unggul, eksis, dan menghasilkan keuntungan.

Pelanggaran rahasia dagang sekurang-kurang dapat dikelompokkan dalam tiga jenis.<sup>104</sup> Jenis yang pertama biasanya pelanggaran dilakukan oleh orang dalam (organ perusahaan) dengan inisiatif sendiri untuk membocorkan atau menawarkan kepada pihak kompetitor dengan imbalan mendapatkan keuntungan. Jenis yang kedua, orang dalam (organ perusahaan)

---

cerah melalui pengembangan proses produksi dan pemasaran. (c) termasuk kedalam lingkup perindustrian dan perdagangan (*scope indstry and trade*). Lingkup perindustrian eliputi aspek teknologi dan perdagangan meliputi aspek tata niaga. (d) terbuka kerahasiaan (*disclosure of secretary*) informasi mengakibatkan kerugian bagi pemiliknya karena informasi tersebut berpindah dan ikut dimanfaatkan oleh pihak pesaing. Lihat Abdulkadir Muhammad, *Kajian Hukum Ekonomi Hak Kekayaan Intelektual*, Bandung, Citra Aditya Bakti, 2007, hlm. 272.

<sup>103</sup> Pemilik rahasia dagang harus mengambil langkah yang layak dan patut untuk memelihara atau melindungi kerahasiaan informasi tersebut sebagai mana diatur dalam Pasal 3 Undang-undang Nomor 30 Tahun 2000. Kewajiban si pemilik untuk mengambil langkah positif untuk mempertahankan kerahasiaan informasi ini merupakan faktor penting sebagai salah satu syarat agar rahasia dagang tersebut mendapatkan perlindungan hukum. Jadi apabila terjadi pelanggaran rahasia dagang, pemilik hak rahasia dagang harus dapat membuktikan telah melakukan langkah-langkah protektif terhadap rahasia dagang tersebut agar aman dan tetap terjaga. Lihat juga Asian Law Group Pty Ltd, *Hak Kekayaan Intelektual Suatu Pengantar*, Bandung, Alumni, 2002, hlm. 235-257.

<sup>104</sup> Kapan terjadi pelanggaran rahasia dagang? Pada saat seseorang dengan sengaja membuka rahasia itu, padahal yang bersangkutan terikat pada kesepakatan untuk menjaganya (pasal 13 Undang-undang Nomor 30 tahun 2000 tentang Rahasia Dagang). Pelanggaran rahasia dagang diancam pidana maksimum 2 tahun dan atau denda paling banyak 300 juta (pasal 17 ayat 1 undang-undang Nomor 30 tahun 2000 tentang Rahasia Dagang). Hal penting berikutnya adalah untuk menjada kerahasiaan dalam perkara pidana dan perdata para pihak yang bersidang dapat meminta agar sidang dapat dilaksanakan secara tertutup. Lihat Achmad Zen Umar Purba, *Hak Kekayaan Intelektual Pasca Trips*, Bandung, Alumni, 2005, hlm. 160-161.

menggunakan rahasia dagang perusahaannya untuk digunakan sendiri membentuk perusahaan yang bergerak di bidang atau jenis usaha yang serupa. Jenis yang ketiga dilakukan oleh orang luar atau perusahaan kompetitor dengan cara memanfaatkan orang dalam perusahaan (organ perusahaan) untuk membocorkan informasinya dan memanfaatkan informasi tersebut untuk keuntungan perusahaannya. Perkembangan terakhir bentuk pelanggaran rahasia dagang dilakukan melalui *hecker* dengan menerobos *data base server* komputer perusahaan lain untuk mencuri data-data atau file-file informasi penting yang tersimpan terkait dengan metode, prosedur, daftar konsemen dan lain-lain.

Diakui bahwa sepanjang sejarah kegiatan bisnis tidak pernah luput dari sorotan etika. Perhatian etika dalam bisnis dapat dikatakan seumur dengan bisnis itu sendiri. Perbuatan menipu dalam bisnis, mengurangi timbangan atau takaran, berbohong merupakan contoh-contoh kongkret adanya hubungan antara etika dan bisnis. Namun demikian, bila menyimak etika bisnis seperti dikaji dan dipraktikkan sekarang, tidak bisa disangkal bahwa terdapat fenomena baru dimana etika bisnis mendapat perhatian yang besar dan intensif sampai menjadi status sebagai bidang kajian ilmiah yang berdiri sendiri.<sup>105</sup>

Masalah etika bisnis akhir-akhir ini semakin banyak dibicarakan bukan hanya di tanah air tetapi juga di negara-negara maju. Perhatian mengenai masalah ini tidak terlepas dari semakin

---

<sup>105</sup> K. Bertens, *Pengantar Etika Bisnis*, Yogyakarta, Kanisius, 2000, hlm.37-38

berkembangnya dunia usaha sebagai hasil pembangunan ekonomi termasuk perusahaan-perusahaan yang memiliki hak rahasia dagang. Kegiatan bisnis yang semakin meluas baik di dalam maupun di luar negeri telah menimbulkan tantangan baru yaitu adanya tuntutan praktek bisnis yang etis. Tindakan etis merupakan strategi bisnis jangka panjang terbaik bagi perusahaan, oleh karena itu pemahaman tentang etika bisnis diperlukan untuk para pelaku bisnis agar usaha yang dijalankan dapat menjadi usaha bisnis yang beretika .

Islam dalam pandangannya menyangkut ekonomi tidak terlepas dari pandangan moral. Moral harus dipertimbangkan mulai awal proses berbisnis, hingga target utama dari bisnis bersangkutan. Islam tidak memisahkan antara nilai moral dengan praktek hukum. Ada perbedaan antara undang-undang formal dan nilai-nilai moral, yaitu bahwa undang-undang formal memberi sanksi pelanggaran atas tindakan melawan hukum, sedangkan hukum moral tidak. Namun hukum moral sampai ke dalam, hingga melihat hal yang bersifat niat atau motif.<sup>106</sup> Islam memiliki pedoman dalam mengarahkan umatnya untuk melaksanakan amalan. Pedoman tersebut adalah Al-Qur'an dan Sunnah Nabi. Sebagai sumber ajaran Islam, setidaknya dapat menawarkan nilai-nilai dasar atau prinsip-prinsip umum yang penerapannya dalam

---

<sup>106</sup> M. Faruq an-Nabahan, *Sistem Ekonomi Islam Pilihan Setelah Kegagalan Sistem Kapitalis dan Sosialis*, Yogyakarta: UII Press, cet. 1, 2000, hlm. 12.

bisnis disesuaikan dengan perkembangan zaman dan mempertimbangkan dimensi ruang dan waktu.<sup>107</sup>

Pelaku usaha dalam menjalankan kegiatan bisnisnya, tidak hanya mengacu pada keuntungan atau kegiatan usaha yang tidak melanggar hukum semata, tetapi kegiatan usaha tersebut harus sesuai dengan etika dan agama. Etika bisnis syari'ah menjelaskan bahwa setiap perbuatan itu tergantung niatnya, tetapi niat yang baik harus dilakukan dengan proses tindak yang baik pula, oleh karena itu etika bisnis syari'ah menjadikan dasar agama yaitu Al-Qur'an dan Al-Hadits sebagai dasar etika dalam berbisnis. Prinsip dasar ini yang membedakan antara etika bisnis konvensional dengan etika bisnis syari'ah. Etika bisnis konvensional tidak menjadikan agama sebagai bagian dari aktivitas bisnis,

Tujuan bisnis tidak semata-mata bersifat material-kuantitatif, tetapi sekaligus immaterial-kualitatif dan lebih dari itu mengutamakan hal yang bersifat kualitatif- immaterial dari tujuan kuantitatif yang bersifat material. Menyatukan tujuan keduanya dalam bingkai etika bisnis, yakni bisnis yang dilandasi oleh kesadaran menjauhkan diri dari salah satu praktek bisnis terlarang pada satu sisi dan kesadaran akan bisnis yang baik yaitu bisnis dilakukan dengan kerelaan serta jauh dari adanya kerugian, penipuan dan akibat-akibat lain yang bersifat destruktif baik bagi pelaku maupun masyarakat.<sup>108</sup>

---

<sup>107</sup> R. Lukman Fauroni, *Visi Al-Qur'an tentang Etika dan Bisnis*, Jakarta: Salemba Dunia, Edisi I, 2002, hlm. 84.

<sup>108</sup> *Ibid.*, hlm.88.

Pelanggaran terhadap rahasia dagang menunjukkan bahwa sifat material kuantitatif masih begitu kuat dalam praktek para pelaku bisnis. Bahasan yang diuraikan dalam kertas kerja ini akan melihat aspek pelanggaran rahasia dagang yang dilakukan oleh orang dalam perusahaan (organ perusahaan) dan pihak perusahaan kompetitor dalam perspektif etika bisnis syari'ah. Menggunakan metode kualitatif dan bersifat deskriptif analitis.

## **B. Identifikasi Masalah**

1. Bagaimanakah pelanggaran rahasia dagang yang dilakukan oleh orang dalam (organ perusahaan) perspektif etika bisnis syari'ah?
2. Bagaimanakah pelanggaran rahasia dagang yang dilakukan oleh perusahaan kompetitor perspektif etika bisnis syari'ah?.

## **C. Pembahasan**

1. Pelanggaran Rahasia Dagang yang Dilakukan oleh orang dalam atau Organ Perusahaan perspektif Etika Bisnis Syari'ah  
Prinsip-prinsip etika<sup>109</sup> yang berlaku dalam bisnis sesungguhnya adalah penerapan dari prinsip-prinsip etika pada umumnya. Karakteristik sistem nilai yang terdapat dalam etika bisnis secara umum memiliki prinsip sebagai berikut yaitu,

---

<sup>109</sup> Etika sebagaimana halnya moral berisikan nilai dan norma-norma konkrit yang menjadi pedoman dan pegangan hidup manusia dalam seluruh kehidupan berkaitan dengan perintah dan larangan langsung yang bersifat konkrit. Etika dalam pengertian ini lebih bersifat *normatif* dan karena itu lebih mengikat setiap pribadi manusia. Etika dalam pengertian filsafat moral tidak langsung memberi perintah konkrit sebagai pegangan siap pakai, Etika sebagai cabang filsafat sangat menekankan pendekatan kritis dalam melihat nilai dan norma moral serta permasalahan-permasalahan moral yang timbul dalam kehidupan manusia, khususnya dalam bermasyarakat.



prinsip otonomi, prinsip kejujuran, prinsip keadilan, prinsip saling menguntungkan, dan prinsip integritas moral. Di Indonesia sendiri pada beberapa perguruan tinggi terutama pada program pascasarjana telah diajarkan mata kuliah Etika Bisnis.<sup>110</sup> Pengkajian intensif tentang etika bisnis pun dilakukan oleh Lembaga Studi dan Pengembangan Etika Usaha Indonesia (LSPEU Indonesia) di Jakarta.

Etika dalam pengertian filsafat dapat dirumuskan sebagai refleksi kritis dan rasional yang berkaitan dengan nilai dan norma sebagai tolak ukur bagaimana hidup yang baik sebagai manusia dan berhubungan dengan masalah-masalah kehidupan manusia yang berdasarkan pada suatu nilai dan norma-norma moral yang umum diterima dalam masyarakat.<sup>111</sup> Etika menjadi penting bagi para pelaku bisnis sebagai pedoman dalam bersikap dan menjalankan kegiatan usahanya.

Penghayatan dan pengamalan aspek etika bisnis dapat menjaga stabilitas kegiatan ekonomi sehingga pembangunan

---

<sup>110</sup> Hal ini misalnya dilakukan di Program Pascasarjana IAIN (sekarang UIN) Sunan Kalijaga Program Studi Muamalat dalam R. Lukman Fauroni, *Etika Bisnis dalam al-Qur'an*, Yogyakarta, LKiS, 2006, hlm.62.

<sup>111</sup> Etika adalah sebuah ilmu bukan ajaran, lihat Franz Magnis Suseno, *Etika Politik : Prinsip-prinsip Moral Dasar Kenegaraan Modern*, Jakarta, Gramedia, 1987, hlm. 14. Definisi tentang etika bisnis sangat beragam dan tidak ada satupun yang terbaik, namun terdapat konsensus bahwa etika bisnis adalah studi yang mensyaratkan penalaran dan penilaian, baik yang didasarkan atas prinsip-prinsip maupun kepercayaan dalam mengambil keputusan guna menyeimbangkan kepentingan ekonomi diri sendiri terhadap tuntutan sosial dan kesejahteraan. Lihat juga Ketut Rindjin, *Etika Bisnis dan Implementasinya*, Jakarta, PT Gramedia Pustaka Utama, 2008, hlm.73.

ekonomi dapat berjalan dengan lebih kondusif.<sup>112</sup> Etika bisnis syari'ah sebenarnya telah diajarkan Nabi Muhammad SAW saat menjalankan perdagangan. Karakteristik Nabi Muhammad SAW sebagai pedagang adalah memiliki dedikasi dan keuletan, beliau memiliki sifat *shidiq, fathanah, amanah*, dan *tabligh*. Ciri-ciri itu masih ditambah Istiqamah, yang semuanya beliau lakukan atas pedoman Al-Qur'an diantaranya :<sup>113</sup>

1. *Shidiq* berarti mempunyai kejujuran dan selalu melandasi ucapan, keyakinan dan amal perbuatan atas dasar nilai-nilai yang diajarkan Islam.
2. *Fathanah* berarti mengerti, memahami, dan menghayati secara mendalam segala yang menjadi tugas dan kewajibannya. Sifat ini akan menimbulkan kreatifitas dan kemampuan melakukan berbagai macam inovasi yang bermanfaat.

---

<sup>112</sup> Sternberg mendefinisikan etika bisnis sebagai suatu bidang filosofi yang berhubungan dengan pengaplikasian *ethical reasoning* terhadap berbagai praktik dan aktivitas dalam berbisnis. Dalam kaitan ini, etika bisnis merupakan upaya untuk mencari jalan keluar atau paling tidak mengklarifikasi berbagai *moral issues* yang secara spesifik muncul atau berkaitan dengan aktivitas bisnis tersebut. Dengan demikian prosesnya dimulai dari analisis terhadap *the nature and presuppositions of business* hingga berimplikasi sebagai prinsip-prinsip moral secara umum dalam upaya untuk mengidentifikasi apa yang "benar" di dalam berbisnis. Dalam Niki Lukviarman, *Etika Bisnis Tak Berjalan di Indonesia: Ada Apa dalam Corporate Governance?*, dalam Jurnal Siasat Bisnis, No. 9 Vol. 2, Desember 2004. Etika bisnis bukan hanya menyangkut persoalan individual yang ada dalam perusahaan, melainkan mencakup semua pihak yang berkepentingan baik di dalam maupun luar organisasi. Ada 5 tingkatan yang dibahas dalam etika bisnis, yaitu individual, organisasional, asosiasi, masyarakat dan internasional. *Op.Cit*, K. Bertens, *Pengantar Etika Bisnis*, hlm. 74.

<sup>113</sup> Lihat Suyanto M, *Muhammad Business Strategy and Ethics*, Yogyakarta, Andi Offset, 2008.

3. *Amanah* berarti tanggung jawab dalam melaksanakan setiap tugas dan kewajiban. Amanah ditampilkan dalam keterbukaan, kejujuran, pelayanan yang optimal, dan ihsan (kebajikan) dalam segala hal.
4. *Tablig* mengajak sekaligus memberikan contoh kepada pihak lain untuk melaksanakan ketentuan-ketentuan ajaran Islam dalam kehidupan sehari-hari.
5. *Istiqamah* atau konsisten dalam iman dan nilai-nilai kebaikan, meski menghadapi godaan dan tantangan. *Istiqamah* dalam kebaikan ditampilkan dalam keteguhan, kesabaran serta keuletan sehingga menghasilkan sesuatu yang optimal.

Pemilik rahasia dagang memiliki beberapa hak yaitu, menggunakan sendiri rahasia dagang yang dimilikinya, memberikan lisensi kepada pihak ketiga, dan melarang pihak lain untuk menggunakan rahasianya.<sup>114</sup> Perusahaan sebagai pemilik rahasia dagang dalam melaksanakan kegiatan perusahaannya tidak dapat lepas dari organ-organ perusahaan yang terlibat langsung dan mengetahui berbagai bentuk informasi rahasia perusahaannya. Informasi bersifat rahasia yang diketahui oleh organ perusahaan ini sering dijadikan

---

<sup>114</sup> Lihat Rachmadi Usman, *Hukum Hak atas Kekayaan Intelektual: Perlindungan dan Dimensi Hukumnya di Indonesia*, Bandung, Alumni, 2003, hlm. 381-412. Lihat juga Pasal 4 Undang-undang Nomor 30 tahun 2000 tentang Rahasia Dagang.

<sup>20</sup> Pasal 13, Pasal 14, dan Pasal 15 Undang-undang Nomor 30 tahun 2000 tentang Rahasia Dagang.

momentum untuk dimanfaatkan oleh oknum organ perusahaan untuk mengambil keuntungan pribadi.

Pelanggaran rahasia dagang terjadi apabila seseorang dengan sengaja mengungkapkan rahasia dagang, mengingkari kesepakatan atau mengingkari kewajiban tertulis atau tidak tertulis untuk menjaga rahasia dagang perusahaan yang bersangkutan.<sup>115</sup> Perseteruan PT. Basuki Pratama Engineering dan PT. Hitachi Construction Machinery Indonesia dalam sengketa rahasia dagang metode dan penjualan mesin Boiler.<sup>116</sup> Kasus karyawan PT. Kota Minyak Automation yang dituntut oleh PT. Kota Minyak Automation yang membocorkan design, gambar, dokumentasi, kalkulasi harga untuk penyusunan proposal tender pengadaan barang. Dua kasus diatas merupakan contoh pelanggaran rahasia dagang yang dilakukan oleh karyawan (organ perusahaan) yang membocorkan informasi penting perusahaan ditempat mereka bekerja.

Loyalitas dan dedikasi dalam melaksanakan pekerjaan merupakan salah satu hal yang diutamakan dalam etika bisnis syaria'ah. Unsur menjaga informasi penting perusahaan terkait dengan kejujuran, sikap amanah, dan tidak khianat menjadi menjadi relevan untuk dijadikan alat analisa bagi para organ perusahaan yang melakukan pelanggaran rahasia dagang. Kejujuran merupakan pondasi utama atas tegaknya nilai-nilai

---

<sup>21</sup><http://www.hukumonline.com/berita/baca/hol21750/sengketa-rahasia-dagang-hitachibasuki-pratama-kembali-berlanjut>. Dan <http://farahfitriani.wordpress.com/3011/10/rahasia-dagang-analisis-kasus/>. Diakses 1 Juni 2017.

kebenaran karena jujur itu identik dengan kebenaran. Allah SWT berfirman dalam Al-Qur'an yang artinya, *“Wahai orang-orang yang beriman! Bertakwalah kamu kepada Allah SWT dan ucapkanlah perkataan yang benar (Q.S. al-Ahz b 33:70).*

Orang yang beriman perkataannya harus sesuai dengan perbuatannya (jujur) karena sangat berdosa besar bagi orang-orang yang tidak mampu menyesuaikan perkataannya dengan perbuatan, atau berbeda apa yang di lidah dan apa yang diperbuat. Allah SWT. berfirman, *“Wahai orang-orang yang beriman! Mengapa kamu mengatakan sesuatu yang tidak kamu kerjakan? (Itu) sangatlah dibenci di sisi Allah jika kamu mengatakan apa-apa yang tidak kamu kerjakan.” (Q.S. as-Saff 61:2-3).*

Perusahaan pemilik rahasia dagang ketika mempercayakan pengelolaan perusahaannya kepada para organ perusahaan yang memiliki posisi-posisi atau jabatan-jabatan tertentu yang terkait langsung dengan rahasia dagangnya, biasanya membuat perjanjian khusus baik tertulis maupun tidak tertulis yang ditujukan kepada karyawan untuk menjaga dan tidak membocorkan rahasia dagangnya kepada pihak manapun tanpa seizin pemilik rahasia dagang. Secara hukum dan etika maka karyawan yang diberikan amanah tersebut wajib menjaga informasi rahasia tersebut. Ketika ada salah satu karyawan yang membocorkan rahasia dagang milik perusahaan ditempatnya bekerja maka prinsip-prinsip kejujuran dalam etika bisnis itu terlanggar dengan sendirinya.

Jujur merupakan sikap yang tulus dalam melaksanakan sesuatu yang diamanatkan, baik itu berupa harta maupun tanggung jawab. Orang yang melaksanakan amanah disebut *al-Amin*, yakni orang yang terpercaya, jujur, dan setia. Dinamai *al-Amin* karena segala sesuatu yang diamanatkan kepadanya menjadi aman dan terjamin dari segala bentuk gangguan, baik gangguan yang datang dari dirinya sendiri maupun dari orang lain. Sifat jujur dan terpercaya merupakan sesuatu hal yang sangat penting dalam segala aspek kehidupan, termasuk kegiatan perusahaan, perniagaan, dan hidup bermasyarakat. Rahasia dagang yang diamanatkan harus dijaga oleh seluruh organ perusahaan yang diberikan tanggung jawab, baik dari gangguan dari dalam dirinya sendiri atau bujukan dari perusahaan pesaing. Allah SWT berfirman dalam Al-Qur'an

وَأَوْفُوا بِالْعَهْدِ إِنَّ الْعَهْدَ كَانَ مَسْئُولًا

*“Dan penuhilah janji, sesungguhnya janji itu pasti diminta pertanggung jawabannya” (Q.S Al-Isra’: 34).*

Ayat diatas mengandung pengertian bahwa perjanjian yang dilakukan baik secara tertulis maupun tidak tertulis untuk menjaga rahasia dagang di perusahaan tempat bekerja menjadi berkorelasi dengan prinsip ketauhidan, bahwa selain bentuk tanggung jawab langsung kepada perusahaan pada saat yang bersamaan merupakan bentuk keimanan pertanggung jawaban langsung pada Allah SWT. Allah SWT berfirman, *“Hai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu mengkhianati*

Allah dan Rasul dan (juga) janganlah kamu mengkhianati amanat yang dipercayakan kepadamu, sedang kamu mengetahui” (Q.S Al-Anfal : 27). Berikut nya Allah SWT berfirman,

وَأِمَّا تَخَافَنَّ مِنْ قَوْمٍ خِيَانَةً فَانْبِذْ إِلَيْهِمْ عَلَى سَوَاءٍ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْخَائِنِينَ

“Dan jika kamu khawatir akan (terjadinya) pengkhianatan dari suatu golongan, maka kembalikanlah perjanjian itu kepada mereka dengan cara yang jujur. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berkhianat” (Al-Anfal: 58).

Organ perusahaan harus mentaati seluruh perkara yang diperjanjikan yaitu untuk menunaikan pekerjaannya dengan penuh keikhlasan dan memegang seluruh konsekuensi dari tugas tersebut. perbuatan membocorkan rahasia dagang kepada pihak lain merupakan bentuk khianat yang tidak disukai oleh Allah SWT. Dari Abdullah bin Amr bin Al-‘Ash R.a, Nabi Muhammad S.a.w bersabda: *”Empat perbuatan yang, jika dilakukan seseorang, ia benar-benar seorang munafik. Jika melakukan salah satunya saja, ia mengerjakan salah satu perbuatan nifak, sampai ia meninggalkannya (empat perbuatan itu). Yaitu: jika diberi kepercayaan ia berkhianat, jika berbicara ia berdusta, jika berjanji ia melanggar dan jika bersengketa ia melampaui batas.”*.

Rahasia dagang yang dimiliki perusahaan merupakan aset penting agar perusahaan tersebut dapat bertahan dan

mendapatkan keuntungan. Sebagian keuntungan tersebut tentu di alokasikan untuk biaya operasional perusahaan termasuk gaji karyawan. Pembocoran rahasia dagang dapat memberikan dampak langsung bagi perusahaan mulai dari penurunan omset sampai kerugian dan kebangkrutan perusahaan. Dampak pembocoran rahasia dagang perusahaan tersebut berakibat langsung pada seluruh elemen perusahaan. Dalam konteks ini berarti telah terjadi pendzoliman pada seluruh elemen perusahaan tidak saja pada pemilik hak rahasia dagang.

Dzalim merupakan perbuatan yang di larang oleh Allah SWT dan termasuk dari salah satu dosa-dosa besar. Manusia yang berbuat zalim akan mendapatkan balasan di dunia dan siksa yang pedih di akhirat kelak. Firman Allah SWT menyatakan, *"Sesungguhnya dosa besar itu atas orang-orang yang berbuat zalim kepada manusia dan melampaui batas di muka bumi tanpa hak. Mereka itu mendapat azab yang pedih"*. (Q.S Asy-Syura : 42).

Allah SWT telah mengingatkan dalam Al Qur'an bahwa setiap perbuatan yang kita lakukan akan mendapat balasan dari Nya, sebagaimana firman Nya, *"Barang siapa yang mengerjakan kebaikan seberat zarrah, niscaya dia akan melihat (balasan)nya. Dan barang siapa mengerjakan kejahatan seberat zarrah pun, niscaya dia akan melihat (balasan)nya pula"*. (Qs. Al Zalzalah 7-8). Etika bisnis syariah mengisyaratkan bahwa perbuatan membocorkan rahasia dagang memiliki pertanggung jawaban hukum dalam aspek



duniawi dan pertanggung jawaban langsung kepada Allah SWT di akhirat. Rahasia dagang berkorelasi langsung pada seluruh kehidupan perusahaan sebagai tempat mencari nafkah yang halal, dengan demikian sebagai organ perusahaan sudah sepatutnya menghayati dan melaksanakan nilai-nilai luhur yang terdapat dalam etika bisnis syari'ah. Islam mengajarkan bahwa dalam mencari nafkah harus dilalui dengan cara yang baik sesuai dengan pedoman yang terdapat dalam Al-Quran dan di contohkan dalam Hadist.

## 2. Pelanggaran Rahasia Dagang yang Dilakukan oleh Perusahaan Pesaing Perspektif Etika Bisnis Syari'ah

HKI (rahasia dagang) dalam sudut *fiqh* dapat dimasukkan ke dalam hak *ibtikar* yang dikelompokkan sebagai harta.<sup>117</sup> Dasar hukum HKI adalah *Urf* dan *Maslahah Mursalah*. HKI merupakan aset yang bernilai ekonomi maka diperlukan perlindungan hukum baik dalam bentuk undang-undang atau peraturan lainnya. Bentuk pengaturan mengenai HKI ini tidak bertentangan dengan kaidah Islam. Menemukan sebuah metode, formula, strategi, dan bentuk invensi yang bermanfaat

---

Hukum Islam memandang bahwa hak *ibtikar* termasuk kedalam kategori harta yang berakibat bagi penemu atau pencipta terhadap hasil karya atau ciptaannya menjadi hak milik mutlak yang bersifat materi. Penemu atau pencipta berhak atas nilai materi itu atau hak tersebut, ketika digunakan atau dimanfaatkan oleh orang lain dengan seizinnya. Hak ini layak harta dan berlaku pada hukum yang melingkupinya. Berpijak dari hal tersebut, hak *Ibtikar* mempunyai kedudukan yang sama dengan kepemilikan harta lain yang bisa ditransaksikan, diwariskan atau diwasiatkan, maka untuk menjaga eksistensi keberadaan hak *ibtikar* tersebut dari hal-hal yang merusakannya harus mendapatkan perlindungan hukum dari pemerintah lewat peraturan atau undang-undang dengan mempertimbangkan kemaslahatan kedua belah pihak Lihat dan bandingkan Aunur Rahim Fakih, *HKI, Hukum Islam, dan Fatwa MUI*, yogyakarta Graha Ilmu, 2010.

dan memiliki nilai ekonomis bukan merupakan hal yang mudah, tidak semua orang mampu untuk melakukannya. Membutuhkan kemampuan berpikir, daya kreatifitas, ide, gagasan, pengalaman, pengorbanan, waktu dan biaya yang tidak sedikit. Bagi mereka para inventor sudah sepantasnya mendapatkan perlindungan atas hasil intelektual yang telah mereka ciptakan.

Strategi penjualan, metode dan formula pembuatan produk yang berkualitas, metode pemasaran yang efektif, data-data penting konsumen, dan serangkaian bentuk lain yang akan menunjang kemajuan perusahaan harus dijaga dengan baik sehingga perusahaan dapat maju dan bertahan di era persaingan bisnis yang begitu ketat, tentu dengan tidak meninggalkan koridor etika. Keputusan Fatma Majelis Ulama Indonesia Nomor: 1/MUNAS VII/MUI/5/2005 tentang Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual menyatakan bahwa rahasia dagang merupakan salah satu HKI yang wajib dilindungi. Perusahaan yang memanfaatkan informasi rahasia perusahaan lain untuk mendapatkan keuntungan, baik itu didapat melalui tawaran organ perusahaan lain atau pun dengan sengaja membujuk organ perusahaan pesaing untuk membocorkan rahasia dagangnya merupakan kegiatan yang dengan jelas melanggar hukum sekaligus etika.<sup>118</sup>

---

<sup>118</sup> Ketika ayat-ayat al-Qur'an dengan terma-terma, *al-bathil*, *al-fasad* dan *azh-zhalim* dihubungkan dengan pengertian hakikat bisnis, dapat diambil kesimpulan bahwa salah satu landasan praktek mal bisnis adalah setiap praktek bisnis yang mengandung unsur kebatilan, kerusakan dan kezaliman baik sedikit

*An-Nawa, Jurnal Hukum Islam, Vol XXII-Januari-Juni 2018* | 106

Lima prinsip (aksioma) dalam ilmu ekonomi Islam yang harus diterapkan dalam bisnis syari'ah, yaitu: Tauhid (*Unity* atau kesatuan), Keseimbangan atau kesejajaran (*Equilibrium*), Kehendak Bebas (*Free Will*), Tanggung Jawab (*Responsibility*), *Benevolence* (Kebenaran):<sup>119</sup>

1. Tauhid mengantarkan manusia pada pengakuan akan keesaan Allah selaku Tuhan semesta alam. Dalam kandungannya meyakini bahwa segala sesuatu yang ada di alam ini bersumber dan berakhir kepada-Nya. Dialah pemilik mutlak dan absolut atas semua yang diciptakannya. Oleh sebab itu segala aktifitas khususnya dalam muamalah dan bisnis manusia hendaklah mengikuti aturan-aturan yang ada jangan sampai menyalahi batasan-batasan yang telah diberikan.
2. Keseimbangan atau kesejajaran (*Equilibrium*) merupakan konsep yang menunjukkan adanya keadilan sosial. Kehendak bebas (*Free Will*) yakni manusia mempunyai

---

maupun banyak, tersembunyi maupun terang-terangan. Dapat menimbulkan kerugian secara material maupun immateri baik bagi si pelaku, pihak lain maupun masyarakat. Dapat menimbulkan ketidakseimbangan dan ketidakadilan. Menimbulkan akibat-akibat moral maupun akibat hukum yang mengikutinya, baik menurut hukum agama maupun hukum positif. Namun demikian penilaian terhadap suatu praktek mal bisnis tidak disyaratkan adanya tiga landasan kebatilan, kerusakan dan kezhaliman sekaligus, melainkan adanya salah satu dari ketiga landasan di atas secara otomatis telah memasukan suatu aktivitas maupun entitas bisnis ke dalam kategori praktek mal bisnis. Lihat Lukman Fauroni, *Rekonstruksi Etika Bisnis: Perspektif Al-Qur'an*, Iqtisad Journal Of Islamic Economics Vol. 4, No. 1, 2003), hlm. 95-96

<sup>119</sup> Lihat Beekun, Rafiq Issa, *Islamic Business Ethict*, Virginia, International Intitute of Islamic Thought, 1997. dan lihat juga Naqvi, Syed Nawab, 1993. *Ethict and Eco-nomics: An Islamic Syntesis*, diterjemahkan oleh Husin Anis, *Etika dan Ilmu Ekonomi Suatu Sintesis Islami*, Bandung: Mizan, 2000.

suatu potensi dalam menentukan pilihan-pilihan yang beragam, karena kebebasan manusia tidak dibatasi. Tetapi dalam kehendak bebas yang diberikan Allah kepada manusia haruslah sejalan dengan prinsip dasar diciptakannya manusia yaitu sebagai khalifah di bumi. Sehingga kehendak bebas itu harus sejalan dengan kemaslahatan kepentingan individu terlebih lagi pada kepentingan umat.

3. Tanggung Jawab (*Responsibility*) terkait erat dengan tanggung jawab manusia atas segala aktifitas yang dilakukan kepada Tuhan dan juga tanggung jawab kepada manusia sebagai masyarakat. Karena manusia hidup tidak sendiri dia tidak lepas dari hukum yang dibuat oleh manusia itu sendiri sebagai komunitas sosial. Tanggung jawab kepada Tuhan tentunya diakhirat, tapi tanggung jawab kepada manusia didapat di dunia berupa hukum-hukum formal maupun hukum non formal seperti sangsi moral dan lain sebagainya.
4. Kebebasan merupakan bagian penting dalam nilai etika bisnis Islam, tetapi kebebasan itu tidak merugikan kepentingan kolektif. Kepentingan individu dibuka lebar, tidak adanya batasan pendapatan bagi seseorang mendorong manusia untuk aktif berkarya dan bekerja dengan segala potensi yang dimilikinya. Kecenderungan manusia untuk terus menerus memenuhi kebutuhan pribadinya yang tak terbatas dikendalikan dengan adanya

kewajiban setiap individu terhadap masyarakatnya melalui zakat, infak dan sedekah.

##### 5. *Benevolence* (Kebenaran)

Kebenaran disini juga meliputi kebajikan dan kejujuran. Maksud dari kebenaran adalah niat, sikap dan perilaku benar dalam melakukan berbagai proses baik itu proses transaksi, proses memperoleh komoditas, proses pengembangan produk dan kegiatan perusahaannya lainnya.

Pemanfaatan rahasia dagang perusahaan lain dengan cara yang tidak dibenarkan jelas melanggar kelima prinsip dalam bisnis syariah. Lebih jauh Al-Qur'an mengkaitkan bekerja atau berusaha dengan iman yang menunjukkan bahwa hubungan antara iman dan kegiatan bagaikan hubungan antara akar tumbuhan dan buahnya.<sup>120</sup> Selain dampak negatif kerugian perusahaan, konflik lanjutan yang akan muncul kemudian biasanya adalah proses sengketa di pengadilan. Konflik ini tentu akan menyita konsentrasi perusahaan yang

---

<sup>120</sup> Ditegaskan Al-Qur'an bahwa, *amal-amal yang tidak disertai iman tidak akan berarti di sisi-Nya*. Ayat ini memberi pengertian agar berbisnis (mencari kelebihan karunia Allah) dilakukan setelah melakukan shalat dan dalam pengertian tidak mengesampingkan dan tujuan keuntungan yang hakiki yaitu keuntungan yang dijanjikan Allah. Karena itu walaupun mendorong melakukan kerja keras atau bisnis, Al-Qur'an menggarisbawahi bahwa dorongan yang seharusnya lebih besar adalah memperoleh apa yang berada di sisi Allah (QS. Ali Imran (3): 14). Atas dasar hal ini maka, pandangan orang yang bekerja dan berbisnis harus melampaui masa kini, dan masa depannya yang dekat. Dengan demikian visi masa depan dalam berbisnis merupakan etika pertama dan utama yang digariskan Al-Qur'an, sehingga pelaku-pelakunya tidak sekedar mengejar keuntungan sementara yang akan segera habis tetapi selalu berorientasi masa depan. Quraish Shihab, *Etika Bisnis dalam Wawasan al-Qur'an*, (Jurnal *Ulumul Qur'an*, No. 3/VII, 1997), hlm. 4-5

pada akhirnya memberikan dampak yang negatif bagi perusahaan yang bersengketa tersebut.<sup>121</sup>

Al-Qur'an sebagai sumber nilai, telah memberikan nilai-nilai prinsipil untuk mengenali perilaku-perilaku yang bertentangan dengan nilai-nilai al-Qur'an. Dalam Al-Qur'an terdapat terma-terma, *al-bathil*, *al-fasad* dan *azh-zhalim* yang dapat difungsikan sebagai landasan-landasan atau muara perilaku yang bertentangan dengan nilai perilaku yang dibolehkan atau dianjurkan Al-Qur'an khususnya dalam dunia bisnis. Hal ini beralasan bahwa beberapa ayat yang mempunyai kandungan tentang bisnis, seringkali menggunakan terma-terma tertentu ketika menjelaskan tentang perilaku bisnis yang buruk.<sup>122</sup>

Pelanggaran rahasia dagang dalam konsep *al-bathil*, *al-fasad* dan *azh-zhalim* jelas dapat menimbulkan kerugian baik secara material maupun imaterial. Dalam tataran kreatifitas tentu pelanggaran rahasia dagang ini akan berdampak pada penurunan kualitas para inventor untuk menemukan invensi-invensi baru, karena kekhawatiran hasil invensinya akan dibocorkan atau dicuri oleh pihak lain. Pada sisi yang lain kreatifitas para pelaku usaha menuju pada penurunan kualitas

---

<sup>121</sup> Prinsip etika bisnis yang diabaikan akan membuat perusahaan kehilangan kepercayaan dari masyarakat bahkan mungkin dituntut di muka hukum. Kegiatan bisnis yang tidak memperhatikan nilai-nilai etika dan hanya berorientasi pada laba (tujuan) jangka pendek, tidak akan mampu bertahan (*survive*) dalam jangka panjang. Memilih keuntungan jangka pendek dengan mengabaikan etika atau memilih keuntungan jangka panjang dengan komit terhadap prinsip-prinsip etika dalam hal ini etika bisnis syariah.

<sup>122</sup> R. Lukman Fauroni, *op.cit*, hlm. 96.

kreatifitas karena terbiasa untuk meniplak kreatifitas orang lain. Kreatifitas merupakan faktor penting untuk menunjang kemajuan perusahaan. Islam mengajarkan umatnya untuk dapat maju dan berkreatifitas untuk mendapatkan prestasi dan penghargaan yang tinggi.

Agama diciptakan Tuhan agar kehidupan manusia menjadi lebih baik. Islam dilahirkan agar menjadi petunjuk bagi alam semesta (*rahmatan lil 'alamin*). Agama memang mengajarkan norma-norma, tapi norma itu bukan berarti membatasi kreativitas manusia. Agama justru yang mendorong manusia untuk berpikir dan bertindak kreatif.<sup>123</sup> Oleh karenanya maka Allah swt selalu mendorong manusia untuk berpikir. Allah SWT berfirman,

كَذَٰلِكَ يَبَيِّنُ اللَّهُ لَكُمْ آيَاتِهِ لَعَلَّكُمْ تَهْتَدُونَ

*“Demikianlah, Allah menerangkan kepadamu ayat-ayat –Nya, agar kamu berpikir” (QS. Al-Baqarah 2: 219).*

Ayat di atas memberikan penjelasan bahwa sebenarnya Islam memberikan kelapangan pada umatnya untuk berkreasi dengan akal pikirannya dan dengan hati nuraninya atau qalbunya dalam menyelesaikan persoalan-persoalan hidup di dalamnya. Bahkan, tidak hanya cukup sampai di situ, Al-Qur'an tercatat lebih dari 640 ayat yang mendorong

---

<sup>123</sup> F. Nashori, *Proses Kreatif Penulis Muslim Indonesia*. Jurnal Pemikiran dan Penelitian Psikologi, PSIKOLOGIKA, No. 17, Volume IX, 2004, hlm. 8.

pembacanya untuk berpikir kreatif.<sup>124</sup> Allah SWT tidak akan merubah nasib suatu kaum kecuali kaum tersebut berusaha mengubahnya. *Dialah yang menjadikan bumi itu mudah bagi kamu, Maka berjalanlah di segala penjurunya dan makanlah sebahagian dari rezki-Nya. dan hanya kepada-Nya-lah kamu (kembali setelah) dibangkitkan*”. (QS. Al-Mulk : 15).

*Entrepreneurship* merupakan salah satu bentuk untuk memenuhi perintah Allah dalam kewajiban mencari rezeki. diperlukan usaha dan kerja keras untuk mendapatkan dan mencari rezeki. Firman Allah SWT, “*Dan bahwasanya seorang manusia tiada memperoleh selain apa yang telah diusahakannya*”. Nabi Muhammad SAW mencintai orang yang berusaha dan berkarya dalam bekerja. Dari Ashim bin Ubaidillah, dari Salim, dari bapaknya, dia berkata, Rasulullah SAW. telah bersabda “*sesungguhnya Allah mencintai seorang mukmin yang berkarya atau bekerja keras.*” Dan di dalam riwayat Ibnu Abdan, “*pemuda yang berkarya atau bekerja keras.*” (H.R. Baihaqy).

Hadits ini menganjurkan adanya kreatifitas dalam berusaha dan bekerja bukan memanfaatkan informasi rahasia dagang perusahaan pesaing. Kegiatan usaha harus senantiasa berkarya dan berinovasi. Diperlukan ide yang kreatif untuk menangkap dan menciptakan peluang-peluang bisnis dan produk-produk baru yang unggul. Sifat inovatif akan

---

<sup>124</sup> Lihat J. Madhi, *Minal Mu'min an Takuna Mubdi'an*. (Irwan Raihan, Penerj), Surakarta: Ziyad VisiMedia, 2009.



mendorong kegairahan untuk meraih kemajuan dalam berbisnis dan mampu melakukan pembaruan-pembaruan dalam menangani bisnis yang digelutinya, sehingga bisnis yang dilakukannya tidak pernah usang dan selalu dapat mengikuti perkembangan zaman.

Manusia sepatutnya harus senantiasa bekerja keras untuk memenuhi kebutuhannya dengan didasari etos kerja Islami yang didalamnya didasari budaya kerja Islami yang bertumpu pada *akhlakul karimah*. Dalam sebuah riwayat dikatakan bahwa Nabi Daud yang merupakan nabi utusan Allah SWT juga harus berusaha dan bekerja keras dalam bekerja sehingga dapat memenuhi kebutuhan hidupnya. Dari Al-Miqdam bin Ma'dikarib RA, Nabi SAW bersabda, *“tidak ada makanan yang lebih baik dari seseorang kecuali makanan yang ia peroleh dari uang hasil keringatnya sendiri. Nabi Allah, Daud AS. makan dari hasil keringatnya sendiri.”*(H.R. Al Bukhori).

Manusia sebagai makhluk Allah SWT serta pengikut nabi Muhammad SAW perlu selalu kreatif, berinovasi, serta bekerja keras. Bukan mencuri hasil kreatifitas ide atau memanfaatkan informasi rahasia dagang perusahaan kompetitor untuk mendapatkan keuntungan. Perusahaan harus terus melakukan pengembangan inovasi dengan menciptakan metode, formula, strategi, resep, dan beragam bentuk kreatifitas lainnya agar perusahaan dapat terus berkembang dan berguna bagi masyarakat luas.

Penguatan dalam aspek tata kelola perusahaan yang baik (*good corporate governance*) termasuk didalamnya kode etik perilaku perusahaan (*Corporate Code of Conduct*), dan tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility*) harus mendapatkan perhatian serius. Secara historis sejak zaman Rasulullah SAW dan para sahabatnya telah mengenal konsep-konsep pengelolaan usaha yang sehat yang berdimensi ketuhanan sekaligus kemanusiaan. Konsep tata kelola perusahaan yang baik diawali dengan pendirian perusahaan dan segala bentuk tata kelola yang sesuai dengan prinsip-prinsip syari'ah.

*Corporate governance* dalam perspektif Islam biasanya diistilahkan dengan *Islamic corporate governance* yaitu bentuk pengelolaan perusahaan yang selalu menghubungkan aspek perilaku perusahaan dalam tata kelola bisnis dengan aspek yang bersifat spiritual transendental dan imanen sebagai konsekuensi dari keimanan seorang muslim kepada Allah SWT. Nilai tauhid dijadikan landasan atas segala keyakinan, pemikiran dan perilaku seorang muslim, termasuk dalam memahami *corporate governance*.

Firman Allah SWT dalam surah Al-Maidah ayat 8 menyatakan bahwa, “*Hai orang-orang yang beriman hendaklah kamu jadi orang-orang yang selalu menegakkan (kebenaran) karena Allah, menjadi saksi dengan adil. dan janganlah sekali-kali kebencianmu terhadap sesuatu kaum, mendorong kamu untuk berlaku tidak adil. Berlaku adillah,*

*karena adil itu lebih dekat kepada takwa. dan bertakwalah kepada Allah, Sesungguhnya Allah Maha mengetahui apa yang kamu kerjakan.” (QS. 5:8).*

Merujuk pada ayat tersebut ada beberapa prinsip dalam pelaksanaan *Islamic corporate governance* diantaranya perusahaan harus mampu menegakan kebenaran, keadilan, dan kebaikan. Perilaku perusahaan dalam memanfaatkan rahasia dagang perusahaan kompetitor, untuk mendapatkan keuntungan menjadi bentuk pelanggaran terhadap prinsip menegakan kebenaran. Perbuatan tersebut dapat dikelompokkan kedalam mengambil sesuatu yang bukan haknya.

Pemanfaatan informasi rahasia dagang yang dimiliki oleh perusahaan kompetitor tanpa hak akan bersentuhan juga dengan aspek persaingan usaha yang tidak sehat dan melanggar nilai-nilai keadilan. Islam mengajarkan untuk berkompetisi dengan *fairness* (kesetaraan atau keadilan). Akumulasi dari terlanggarnya kedua prinsip *Islamic corporate governance* tersebut pada akhirnya akan menghapus nilai-nilai kebaikan yang akan dipertanggung jawabkan kepada masyarakat maupun kepada Allah SWT.

#### **D. Simpulan**

Organ perusahaan dalam melaksanakan pekerjaannya berkaitan langsung dengan unsur ketauhidan dan wajib mengamalkan unsur kejujuran, sikap amanah serta tidak khianat. Pelanggaran rahasia dagang yang dilakukan oleh perusahaan yang memanfaatkan informasi rahasia dagang dari perusahaan

lain bertentangan dengan Lima aksioma (prinsip) ilmu ekonomi Islam dan *Islamic Corporate Governence*.

## DAFTAR PUSTAKA

- Anis, Husin, *Etika dan Ilmu Ekonomi Suatu Sintesis Islami*, Bandung: Mizan, 2000.
- An-Nabahan, M. Faruq, *Sistem Ekonomi Islam Pilihan Setelah Kegagalan Sistem Kapitalis dan Sosialis*, Yogyakarta, UII Press, cet. 1, 2000.
- Bertens, K., *Pengantar Etika Bisnis*, Yogyakarta, Kanisius, 2000.
- Fakih. Aunur Rahim, *HKI, Hukum Islam, dan Fatwa MUI*, yogyakarta Graha Ilmu, 2010.
- Fauroni, R. Lukman, *Visi Al-Qur'an tentang Etika dan Bisnis*, Jakarta: Salemba Dunia, Edisi I, 2002.
- , *Etika Bisnis dalam al-Qur'an*, Yogyakarta, LKiS, 2006.
- Group, Asian Law Pty Ltd, *Hak Kekayaan Intelektual Suatu Pengantar*, Bandung, Alumni, 2002.
- Issa, Beekun, Rafiq, *Islamic Business Ethict, Virginia, International Intitute of Islamic Thought*, 1997.
- M, Suyanto, *Muhammad Business Strategy and Ethics*, Yogyakarta, Andi Offset, 2008.
- Madhi J., *Minal Mu'min an Takuna Mubdi'an*. (Irwan Raihan, Penerj), Surakarta: Ziyad Visi Media, 2009.
- Muhammad, Abdulkadir, *Kajian Hukum Ekonomi Hak Kekayaan Intelektual*, Bandung, Citra Aditya Bakti, 2007.
- Purba, Achmad Zen Umar, *Hak Kekayaan Intelektual Pasca Trips*, Bandung, Alumni, 2005.

- Rindjin, Ketut, *Etika Bisnis dan Implementasinya*, Jakarta, PT Gramedia Pustaka Utama, 2008.
- Suseno, Franz Magnis, *Etika Politik : Prinsip-prinsip Moral Dasar Kenegaraan Modern*, Jakarta, Gramedia, 1987.
- Usman, Rachmadi, *Hukum Hak atas Kekayaan Intelektual: Perlindungan dan Dimensi Hukumnya di Indonesia*, Bandung, Alumni, 2003
- Fauroni R. Lukman, *Rekonstruksi Etika Bisnis: Perspektif Al-Qur'an*, Iqtisad Journal Of Islamic Economics Vol. 4, No. 1, 2003).
- Lukviarman Niki, *Etika Bisnis Tak Berjalan di Indonesia: Ada Apa dalam Corporate Governance?*, dalam Jurnal Siasat Bisnis, No. 9 Vol. 2, Desember 2004.
- Nashori, F., *Proses Kreatif Penulis Muslim Indonesia*. Jurnal Pemikiran dan Penelitian Psikologi, PSIKOLOGIKA, No. 17, Volume IX, 2004.
- Shihab, Quraish, *Etika Bisnis dalam Wawasan al-Qur'an*, (Jurnal Ulumul Qur'an, No. 3/VII, 1997).
- <http://www.hukumonline.com/berita/baca/hol21750/sengketa-rahasia-dagang-hitachibasuki-pratama-kembali-berlanjut.html>.
- <http://farahfitriani.wordpress.com/3011/10/rahasia-dagang-analisis-kasus.html>